
YouTube
En una semana
GUIA BÁSICA DE INICIACIÓN
JAVIER MANZANEQUE

Indice

Quién soy yo

Nací en Madrid (España) hace 43 años. Y soy hijo de emigrantes por lo que mis primeros 6 años viví en Lucerna (Suiza).
Estoy casado y tengo 2 niños más un perro de raza teckel (Muy cabezón) y una mujer que me apoya constantemente.

He estado trabajando durante 22 años en una televisión de ámbito regional en Madrid en la que viví momentos maravillosos. Pero ya es agua pasada.

Y gracias a ver el cambio de paradigma al que iba la sociedad, empecé a moverme en lo que me apasionaba: el **Marketing Online**.
Y ahí realmente todas las disciplinas me gustan pero una de las más relacionadas con mis conocimientos es evidente, el **Videomarketing** y en mi caso las posibilidades que te da para potenciar tu marca personal en video.

Y aquí estamos con este blog de reciente creación y con este ebook para poder compartir y disfrutar de un nuevo camino en el que si tu quieres, me acompañes. Será todo un placer para mi.

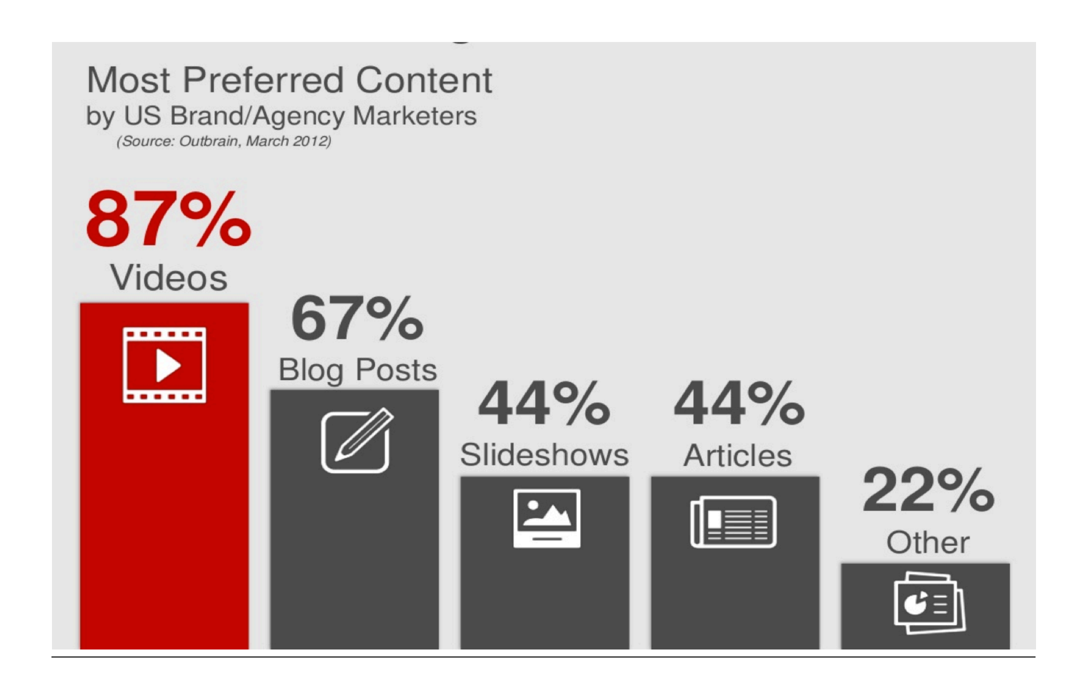
Esta parte es un poco el resumen rápido de quien soy yo para que tampoco resulte tan frio no saber quien esta al otro lado, por lo que a mi respecta me gustaría saber quien acaba leyendo este ebook y si lo crees conveniente puedes hacerme llegar tu pequeña historia a info@javiermanzaneque.com y estaré encantado de leerla.

¿Por qué hay que estar en Youtube? Datos del video online

Para empezar decirte que no soy muy amigo de los datos pero si es cierto que cuando son tan claros como estos no queda más remedio que darlos porque son realmente esclarecedores del porque hay que estar en Youtube.

Ojo y digo en Youtube a raíz de una de los datos que vi hace unos meses que decían que se lleva el **93% del tráfico de video** en este tipo de plataformas. Pero si te dedicas a un nivel profesional de video, hay plataformas como Vimeo que puede darte funciones superiores a Youtube pero con las limitaciones de subida que tiene en la versión free y el alcance de esta.

Empezamos con esta encuesta en USA (Lo siento no encuentro este tipo de estadísticas a nivel español) en la que se puede ver como el video es el **contenido preferido por el 87%,** seguida por los post en los blogs. Echo de menos algo como las infografías, muy populares desde la aparición de Pinterest.



- España es el **4º país de Europa** en penetración de vídeo online y en cantidad de vídeos per cápita. Además, somos terceros en horas de consumo de vídeo en internet con 18,4 horas por mes.(*www.take-ad-way.com)*

- De las **Top10 de webs españolas más visitadas, 9** tienen contenidos de vídeo. Los españoles prefieren ver vídeos en YouTube y Facebook (*www.take-ad-way.com)*

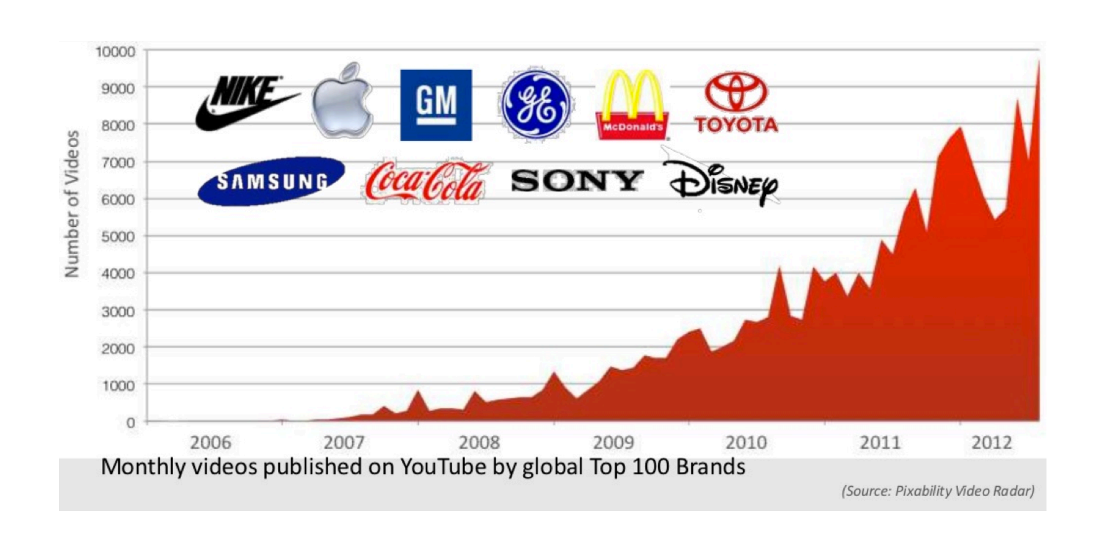
- **18,9 millones de españoles ven vídeos online**. Eso es equivalente a 2 de cada 5 españoles y a 7 de cada 10 internautas de nuestro país. (*www.take-ad-way.com)*

- El vídeo es el formato que mejor se posiciona en Google, hasta un **30% mejor.**

- YouTube es el segundo mayor motor de búsqueda detrás de Google.

- Los videos tienen 50 veces más probabilidades de clasificar en la primera página de resultados de Google, según Nate Elliot de Forrester.

- Evolución del número de videos de las 10 marcas más importantes de USA:



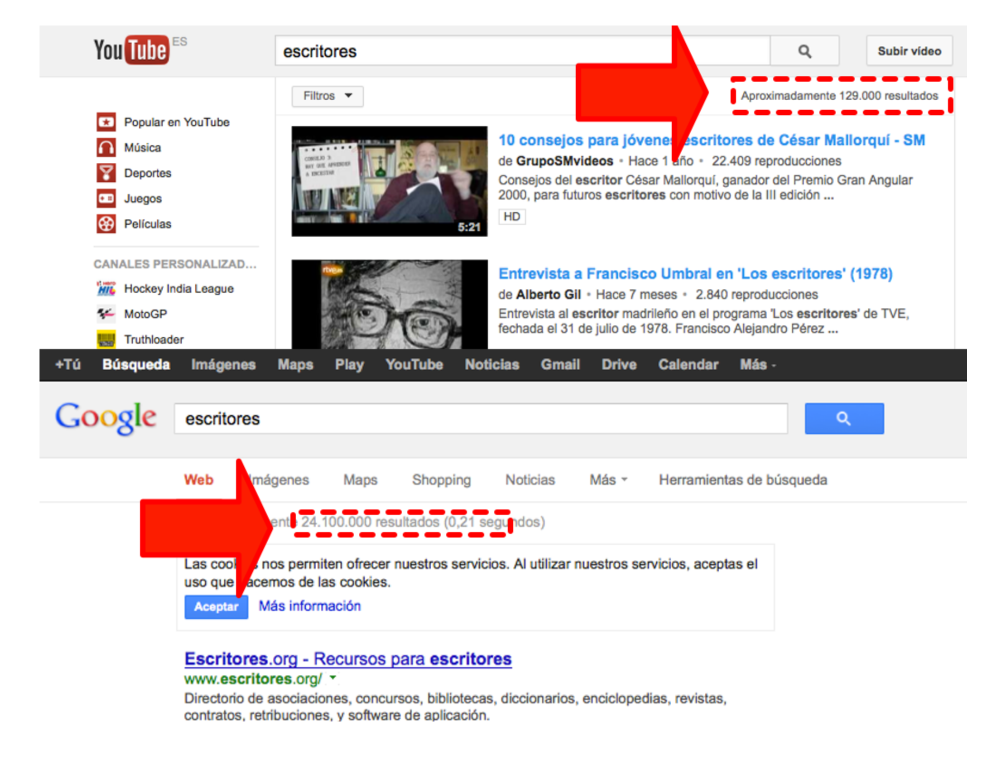
Monthly videos published on YouTube by global Top 100 Brands

(Source: Pixability Video Radar)

- Cada mes más de **1.000 millones de usuarios únicos** visitan YouTube. Se reproducen más de 4.000 millones de horas de vídeo en YouTube.

- Cada minuto se suben **72 horas de vídeo** a YouTube.

- Y como dato final haz una prueba entre el buscador de Google y el de Youtube para que veas las oportunidades de destacar que tienes si lo incluyes en tu estrategia online. Pon el sector en el que te encuentras en ambos buscadores y observa el número de resultados que te ofrece uno y otro. Recuerda que **Youtube es el 2º buscador del mundo** detrás de Google y que todo lo que hagas en el, te va a posicionar también en Google (para eso son hermanos) por tanto todo el trabajo que hagas en el te sirve por partida doble. (Fuente: Berto Lopez)



24.100.000 contra 129.000 resultados

¿Te animas a comenzar?

LUNES

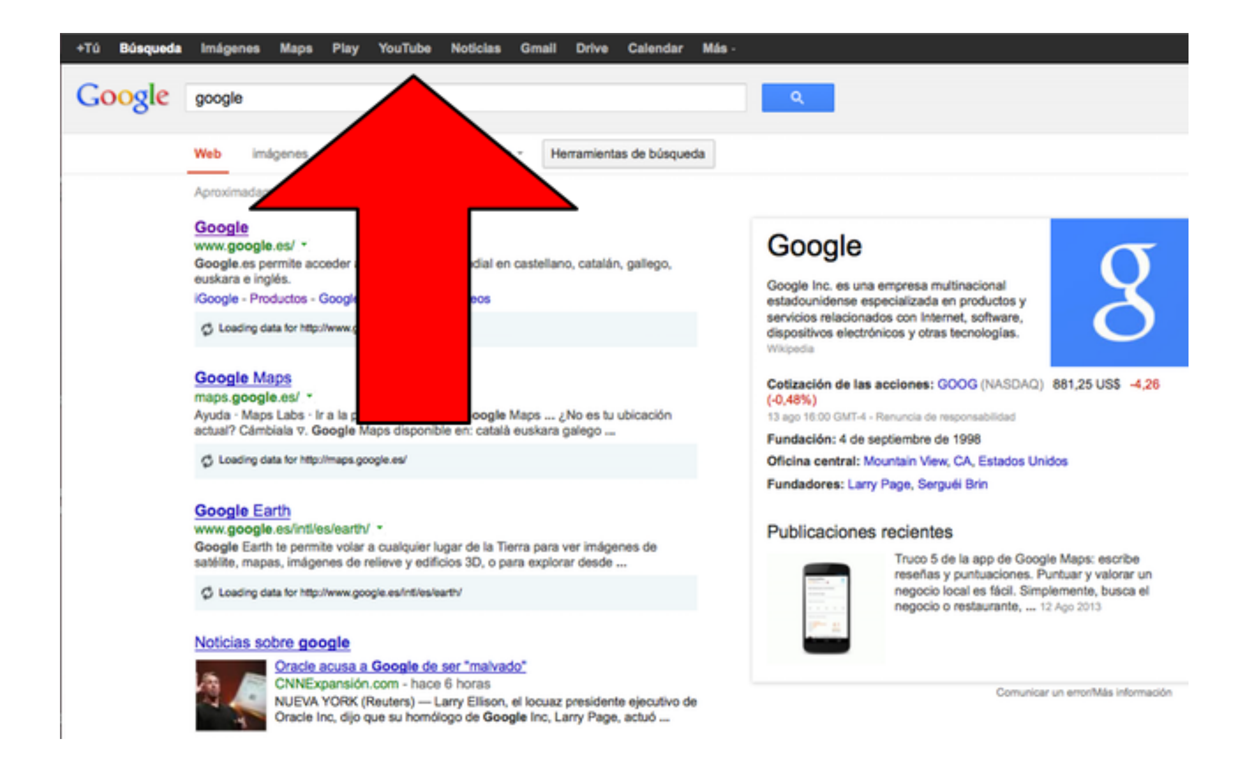
CREAR TU CANAL YOUTUBE

La misión de este ebook es la de acercarte Youtube de tal manera que puedas tener una cuenta y el conocimiento necesario para empezar tu estrategia de video para tu negocio o para tu propia comunicación personal.
Día a día para que no te sea muy pesado, en una semana podrás tenerlo OK para iniciar una segunda fase de elaboración del contenido.

Desde hace un tiempo no hay opción a crear una cuenta única de Youtube y has de vincular una cuenta de Google para poder acceder a tener un canal de Youtube, una vez creada podrás desvincularla pero hasta entonces es el único camino. Ir a https://accounts.google.com/SignUp completa tu información y haz click en "Siguiente paso".

Si aún no tienes cuenta en Gmail puedes crear una cuenta personal y dentro de la suite que Google pone a tu disposición podrás crear un canal en paralelo para tu parte profesional. No intentes crear canales con diferentes cuentas de Gmail, ahora tienes la posibilidad de tenerlo todo desde tu perfil personal.

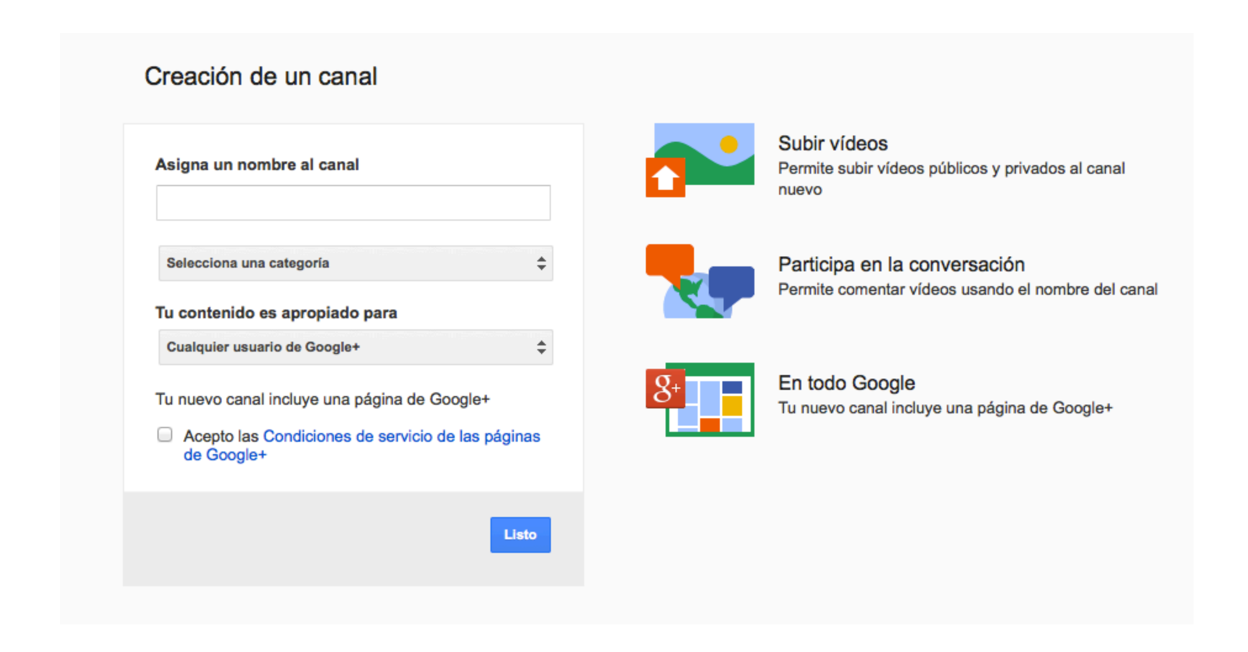
Si ya tienes cuenta en Gmail solo tendrás que ir a la pestaña de Youtube que te aparece arriba cuando accedes a tu correo de Google y loguearte.



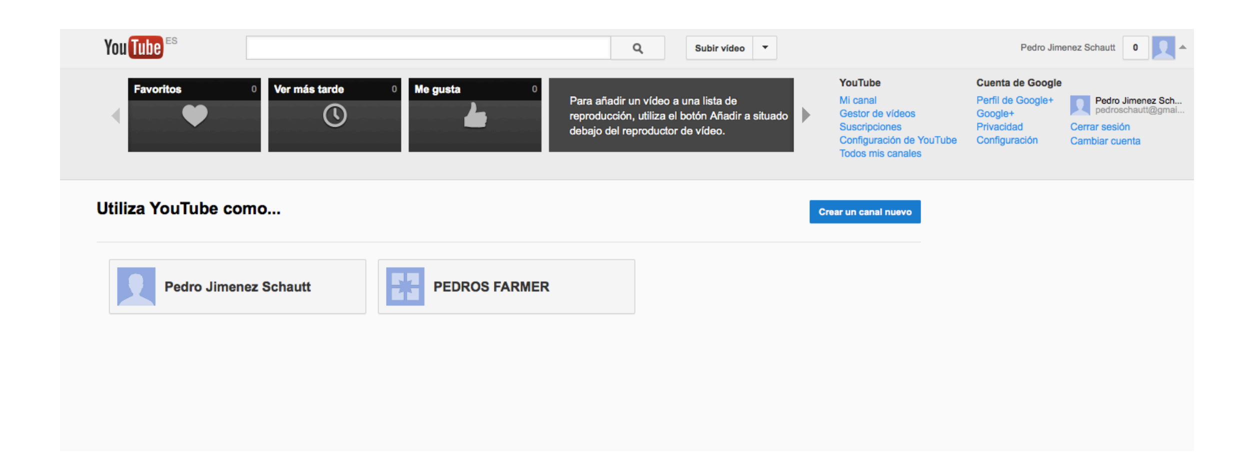
CREAR UN CANAL DE EMPRESA

Una vez dentro de tu canal en "Configuración de Youtube>Descripción general>Crear Canal" podrás crear un canal con otro nombre.(Ver foto).

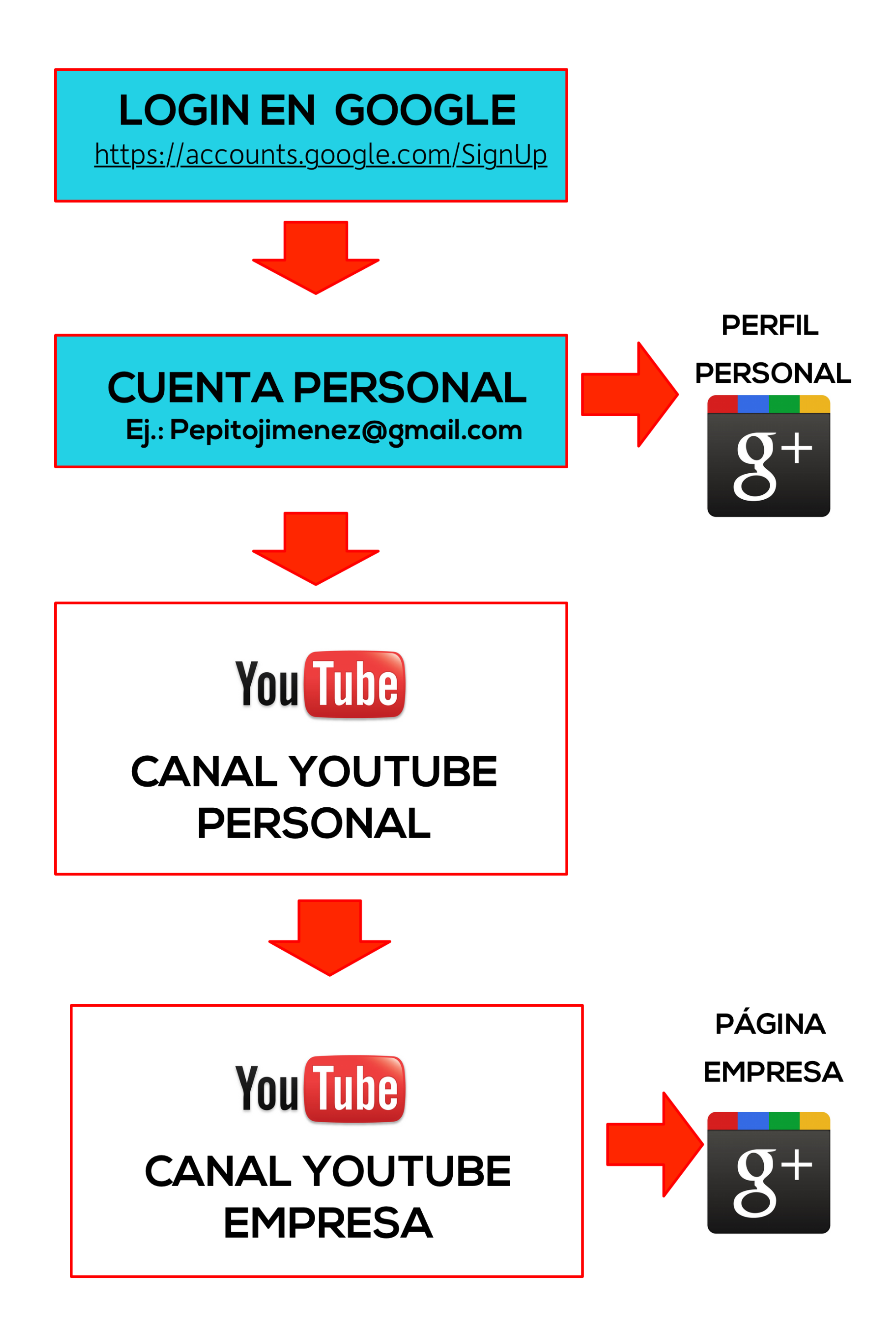
Haz click en la parte de abajo Para utilizar un nombre de empresa u otro nombre, haz clic aquí.



Ojo esto es para crear un canal en paralelo al tuyo personal y se asocia a una nueva página en Google+ (Página, no perfil que es lo que tienes como persona).
Las ventajas son que puedes tener administradores distintos para gestionar ese canal.
Para acceder a los canales que tengas pincha en tu nombre arriba a la derecha y haz click en "Todos mis canales".
Has de verificar tu canal vía SMS en "Gestor de videos>Configuración del canal>Funciones" y pinchar en "Verificar". Una vez incorporado el teléfono recibirás un código vía SMS.



Te dejo esta pequeña infografía para aclararte:

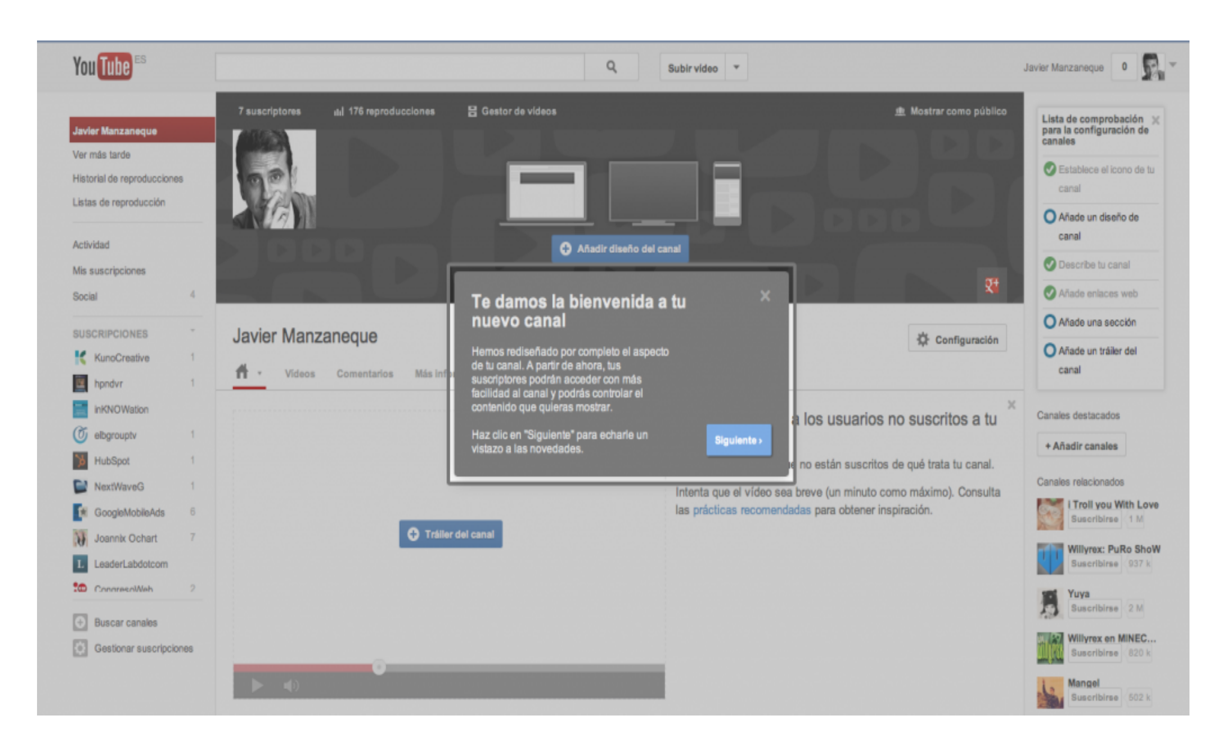


MARTES

CUSTOMIZA TU CANAL

- **Ponle nombre a tu canal**. El título canal es el texto más visible, aparece en la página del canal. También es recomendable que lleve alguna de tus palabras principales que quieras posicionarte (Keyword o palabra clave).
- Escribe la **descripción de tu canal**. Completa la información sobre tu negocio para que los visitantes de tu canal sepan más acerca de ti. Sé detallado, utiliza frases completas e incluye el número de teléfono de tu negocio. Básicamente es como si fuera un Acerca de... de su sitio web. Para llegar hasta ella, pincha en "Más información" en la home de tu canal.
- Rellena **los tags de tu canal**. Al igual que las etiquetas de video, las etiquetas de los canales funcionan para que descubran tu canal. Añade una mezcla entre keywords especificas de tu negocio y de tu sector. Para rellenarlos ve a "Gestor de videos>Configuración del canal>Opciones avanzadas"
- Añade un **logo o avatar**. Si estamos hablando de tu canal asociado a tu perfil de Google+, la foto será la que tengas allí.
- Añade los enlaces a tus **cuentas de Redes Sociales** y a tu blog/web. En la imagen de portada de tu canal pincha arriba a la derecha donde aparecerá un lápiz y se desplegará la opción de "Añadir enlaces"

- Crea diferentes secciones con las playlist creadas por temáticas diferentes. Cada una de ellas con una palabra clave de tu sector porque posicionan por ellas mismas.
- Ahora puedes elegir el video de bienvenida (Trailer) a los que no están suscritos a tu canal y con la opción de autoplay. Para una estructura básica y mas información puedes ver este post.
- Incorpora una cabecera optimizada para todos los dispositivos con el nuevo diseño One Channel Youtube 2013.



Las características principales del nuevo diseño de Youtube one channel son:

- Nuevo diseño Responsive Design es decir adaptado a todos los dispositivos móviles.
- Adaptación al nuevo y creciente visionado de Youtube en las Smart TV.
- Posibilidad de customización de la pagina de entrada con los videos subidos recientemente, los más populares, listas de reproducción y opiniones a favor como algunas de las principales.

- Establece el icono de tu canal que será el que te representa en los comentarios, en los canales relacionados y en cualquier otra parte de YouTube.
- Puedes añadir la descripción de tu canal indicando a los espectadores sobre qué trata tu canal. Esto viene ya del anterior diseño.
- Añade los enlaces a tu blog o web de empresa más los iconos de tus redes sociales. Google + viene por defecto al estar vinculada la cuenta a tu perfil. Si ya los habías incorporado anteriormente ya estarán incluidos.



Plantilla para el nuevo diseño de One Channel de Youtube

MIÉRCOLES

¿Para quién es mi canal? Tendencias y palabras clave

Del push al pull.

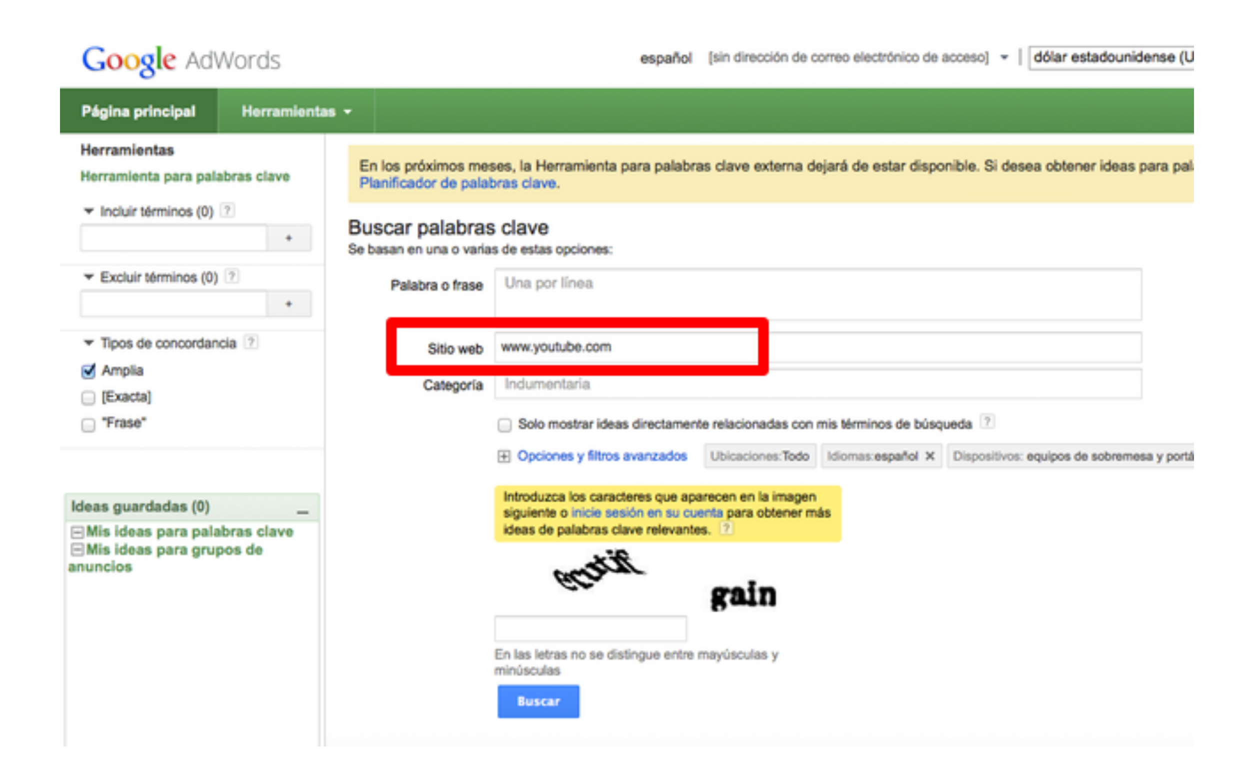
La intención de la investigación de tendencias no es ni más ni menos que la aplicación de estrategias de Inbound Marketing, es decir hacer contenido para ser encontrado por los usuarios sin tener que hacer estrategias de pull para hacerle llegar lo que nosotros queremos que vean.
El uso de estas herramientas de palabras clave como (Keyword Youtube Suggest y la herramienta Google Adwords Keyword Tool), puede optimizar sus etiquetas, títulos y descripciones para mejor. Esto te traerá más tráfico orientado, que devolverá mayores tasas de retención y, en última instancia, le llevará más alto dentro de los algoritmos de búsqueda de YouTube y Google. Al final, no es la idea de tener más tráfico hacia nuestra web lo que todos buscamos?

El uso de la herramienta de palabras clave de Youtube, puedes introducir la palabra clave principal que está tratando de buscar para obtener una mejor comprensión de lo que la gente está buscando. Estas palabras clave te ayudará a optimizar tus vídeos y estas son las palabras clave que te traerán tráfico.

No sólo eso, sino Youtube Keyword Tool herramienta de sugerencia puede tratar de averiguar lo que la gente está usando las etiquetas introduciendo su URL en vídeo. Con esto, usted puede ver lo que las etiquetas potenciales que utilizan para clasificar por lo que hicieron.

Con la herramienta de palabras clave de Google Adwords, podrás obtener resultados de búsqueda más relevantes y que te mostrará lo que la gente está buscando dentro de Google. Estas palabras clave también pueden ser utilizadas para Youtube.

Para comprobar las palabras clave específicamente para Youtube, introduce youtube.com en el campo del sitio web dentro de la herramienta de palabras clave de Google Adwords, para filtrar todos los resultados y objetivos para que sean sólo los relacionados a Youtube. El uso de estos métodos y herramientas de palabras clave, puede optimizar el vídeo para darle una mejor visibilidad y crecimiento en general.



JUEVES

¿Qué tipos de videos puedo realizar?

En este punto y debido a la variedad de temáticas que se pueden barajar en cada negocio voy a exponer los principales que pueden ser comunes a todos:

- El ideal para tener en la home de la web y que esta muy de moda es el de **"Conocenos en 1:30".** Puede ser de menos tiempo pero nunca de más en el que se explica brevemente a que nos dedicamos y porque nos deberías de contratar. Aquí dependiendo del negocio explicas los beneficios de la contratación.

- **Humaniza la empresa**: Trata de convencer al mayor número de empleados de tu empresa para que expliquen que es lo que hacen en ella y como puedes contactar con ellos en caso de necesidad.

- **Video-Testimonios:** Simplemente si tienes clientes que se atrevan a hacerlos o convoca un concurso entre ellos con un premio atractivo para el que mejor video-testimonio te presente.

- **Demostraciones de productos**: ¿Eres capaz de vender delante del cliente? A que si. Pues ahora solo tienes que hacerlo delante de una cámara, olvídate de todo y hazlo.

- **Instrucciones de productos**: Tienes productos o servicios que son difíciles de explicar en texto? Trata de hacerle llegar a tu posible cliente lo fácil que es su manejo y tendrás un 2x1, te servirá también para el comprador.

- **"Cómo se hace…"** Dependiendo también de lo que ofrezcas este tipo de videos pueden ser muy efectivos para generar confianza y posicionarte como experto en la materia.

- **FAQ (Acrónimo del inglés "Preguntas y respuestas frecuentes")** Si tienes un producto o servicio en el que pueden surgir dudas con respecto a el y detectas que siempre son las mismas puedes facilitar el uso de este incorporando este tipo de videos que son más rápidos que un texto común. Y te sirve para diferenciarte de la competencia.

- **Entrevistas** Con los influyentes en tu sector o con tus propios proveedores para afianciarte dentro de tu sector.

- **Testimonios** De tus clientes satisfechos que te reportarán mucha credibilidad.

Y así un sinfín de tipos de video que pueden ayudarte a tener esa visibilidad en Internet que todos buscamos.

Esquema típico de un video de empresa.

La primera pregunta que tienes que hacerte antes de empezar a hacer ningún video es ¿Cuál es el propósito de ese video? Y aquí te dejo alguno de ellos.

- Construir mi marca personal en video
- Construir una base de suscriptores
- Capturar leads
- Hacer una venta directa
- Vender un producto de afiliación
- Posicionarme como referente en mi sector
- Hacer reviews de productos
- Hacer entrenamientos en video
- Generar branding.

Estructura de un video puede ser así:

- Primeros 15 segundos preguntas que vayas a solucionar con el video para crear enganche y los puntos principales que vas a acometer. No los dejes escapar, aquí has de ser lo más convincente posible para crear expectación.
- Intro con branding
- Dar el valor del video. La chicha.
- Resumen con una conclusión.
- Dar respuestas a las preguntas iniciales
- Incluir una llamada a la acción (Call to action). Importante no hacer ningún video sin este apartado.
- Finalizar agradeciendo la atención e incentivando a compartir en RRSS + click en "Me gusta".

Pero las variaciones dependiendo del objetivo son infinitas. Una vez más plantéate como son los que has visto anteriormente y porque te gustaron pero ten en cuenta que si hay algo que realmente transmite son las emociones. Y si eres capaz (que si que lo eres) de llegar a la gente desde una emoción, ya la tendrás contigo para siempre.

Las 6 emociones detectadas son:

- ✓ Alegria
- ✓ Tristeza
- ✓ Miedo
- ✓ Enfado
- ✓ Sorpresa
- ✓ Asco

Ahí lo dejo como planteamiento de tu futura estrategia de generación de video. Evidentemente hay alguna de ellas que no es muy conveniente pero que sepas que no hay emociones negativas ni positivas, todas son buenas.

VIERNES

SEO PARA YOUTUBE

Cuando hablamos de posicionamiento en Youtube o Video Seo Youtube nos vienen a la mente una serie de factores que todos creemos importantes a la hora de posicionar nuestros videos, entre los cuales no pueden faltar como en una estrategia de SEO sin ser de Youtube los básicos en cuanto a enlaces entrantes, antiguedad del canal/web, videos insertados en otras webs, etc…

Pero lo que vamos a ver hoy son las diferentes partes en que se divide el posicionamiento para videos y a cual debemos de dar más importancia. Cómo en cualquier estrategia de este tipo hay tantas cosas por hacer que **si hacemos las más básicas, ya estamos haciendo más que el 90% de la gente** por lo que ponte las pilas y no dejes de pasar esta oportunidad para hacer que tus videos tengas más visibilidad.

Antes de nada decir que una estrategia de marketing en Youtube no es el ya lo he hecho y ahora me siento a esperar para ver como mis videos salen los primeros desde el primer día, más bien es un trabajo de día en día que se ve recompensado con el tiempo y una vez que el buscador/red social/plataforma videos ve que hay un trabajo detrás. La cuestión no es de subir 4 videos y esperar a que suene la flauta de aparecer el primero. Acuérdate de que hay un trabajo previo de identificación de keywords, fijación de

objetivos, planificación de la estrategia y de localizar a nuestro cliente potencial. Podemos utilizar la herramienta de palabras clave de AdWords. o la de Youtube.

Dentro de los anteriores consejos creo que determinar cuales son las palabras claves de mi negocio tiene un factor muy alto en el éxito de mi estrategia. Si sabes lo que la gente más busca dentro de tu sector y lo incluyes en tus etiquetas/descripciones/etc... habrás avanzado en el camino correcto.

Para arrrancar vamos a exponer cuales son los principales puntos para tener un buen posicionamiento video SEO Youtube:

- Engagement (Compromiso con una marca/empresa)
- Contenido
- Autoridad del Canal

Y dentro de cada una podemos verlos por separado:

ENGAGEMENT

- Links entrantes
- Videos embebidos en otras webs/blogs
- Número de veces compartido en Redes Sociales
- Comentarios y Videorespuestas
- Retención de la audiencia. Relativa y absoluta.
- Favoritos/Likes

CONTENIDO

- Título y nombre fichero subido
- Descripción con links del video
- Tags
- Frecuencia subida videos
- Transcripción
- Anotaciones

- Calidad HD del video.
- Playlists
- Relación Nºvideos con Nºvisionados
- Keywords video

AUTORIDAD DEL CANAL

- Antiguedad del canal
- Suscriptores del canal
- Visionados
- Keywords canal
- Descripción del canal
- Título del canal

En definitiva, si te creas un título y una descripción efectiva, trabajas bien las etiquetas, te curras la difusión y fomentas la participación obtendrás buenos resultados en el posicionamiento de tus videos en Youtube.

Y no intentes luchar por palabras claves muy competidas, busca más el "Long Tail" que viene a ser keywords con 4 o más palabras.

SÁBADO

PROMOCIONA TUS VIDEOS

Llegados a este punto nos planteamos que una vez que hemos hecho un gran esfuerzo tanto personal como a veces en equipo, como hago yo ahora para que la gente lo vea.
Y aquí vamos a diferenciar 3 puntos básicos:

Nuestros propios medios.

Es decir lo que nosotros en nuestras redes propias podemos hacer para difundirlo. Y pueden ser:

- ✓ Facebook
- ✓ Google+
- ✓ LinkedIn
- ✓ Twitter
- ✓ Blog (Creando una post del video)
- ✓ E-mail (A nuestra lista de correo)
- ✓ Nota de prensa (Webs gratuitas)
- ✓ TubeMogul (One load)

Volviendo a recordar el tema de la optimización del video con el título y las keywords de este optimizadas, usando anotaciones y enviando el video sitemap.

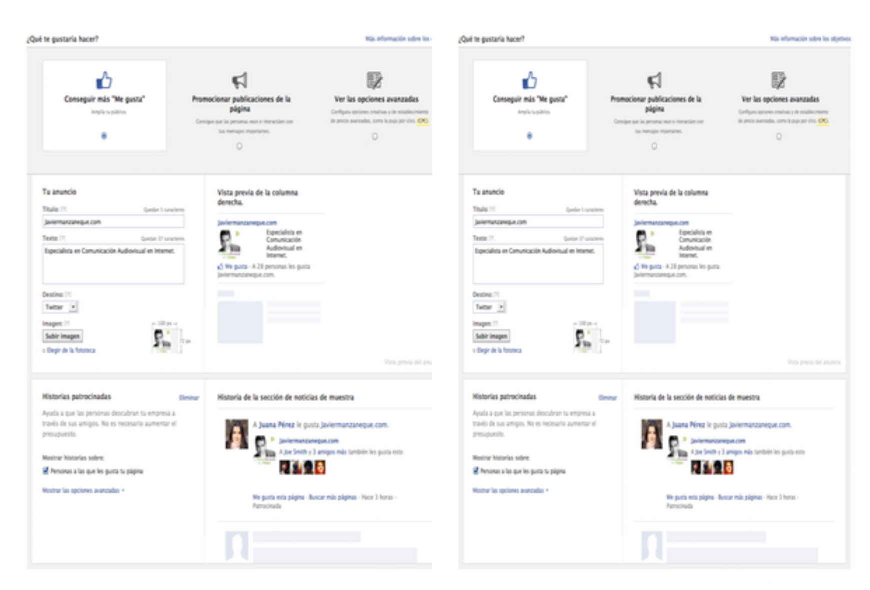
Con medios de Pago.

En este punto hay que tener en cuenta que has de controlar mucho el retorno de la inversión de lo que estas pagando. Aquí has de saber que te está funcionando y que tráfico te esta enviando a tu canal. Pero siempre para empezar una estrategia combinada de pago + gratuito es lo más acertado.

Y aquí podemos diferenciar:

- ✓ Google Adwords para video
- ✓ Facebook Ads
- ✓ Banners en otras webs
- ✓ LinkedIn Direct Ads
- ✓ TubeMogul Ads
- ✓ Notas de prensa (Webs de pago)

En todas ellas el presupuesto lo controlas tu y tu decides cuanto quieres gastarte. Lo bueno es la capacidad de segmentación de la que son capaces y como es posible llegar a tu público objetivo definido por los gustos, edad, localización, etc…



Ejemplo de publicidad en Facebook

Desde medios externos.

Esta es la parte más manual de todas y la que te será más tediosa, en ella aparte de tener que hacer mucho networking, ya sea presencial o via comentarios en otras webs, has de ir generando esa confianza plena de los lectores.

Aquí os dejo algunos ejemplos:

- ✓ Busca a los Influenciadores de tu comunidad
- ✓ Busca grupos de las diferentes Redes Sociales en las que estás e interactúa en ellos.
- ✓ Busca blogs de tu sector en los que puedas enviar un artículo para ser publicado en el.

En resumen este es uno de los trabajos mas laboriosos a la hora de realizar tu labor en esta estrategia común de videomarketing pero una de las más necesarias para que no acabes siendo uno más de los que abandonan porque no son capaces de generar visitas a sus videos.

En esta estadística podemos ver que el 50% de los videos de las 100 primeras marcas no pasan de los 1000 visionados.

Most Businesses Fail to Optimize Video

Views per Video
Top 100 Brands on YouTube

Less than 1K	1K to 10K	10K to 100K	100K to 1Million	Over 1 Million
49.6%	30.4%	15.6%	3.9%	0.5%

Almost 50% of videos published by the top 100 global brands got fewer than 1,000 views, meaning they failed to reach their audience.

Source: Pixability Online Video Grader Sample of 150,000 business videos on 1270 YouTube channels belonging to Top 100 Global Brands

CONSTRUYE TU COMUNIDAD

Si hay algo que no debes olvidar es la clave del éxito en redes sociales, construir comunidad. Y para ello en Youtube puedes ir creando esta con una serie de factores que paso a enumerarte.

- ✓ **Suscribete a otros canales**, preferiblemente de tu sector. En Youtube al igual que en Twitter se utiliza mucho el follow back (Te devuelvo que tu me sigues)

- ✓ **Comenta en esos y en otros canales**. Ayudando a gente que tenga dudas y no sean respondidas en esos canales, lograrás atraer trafico cualificado a tu canal.

- ✓ **Usa las video respuestas en algunos de esos comentarios anteriores siendo siempre autentico, sincero y con aporte de valor.**

- ✓ **Añade en tus otras redes sociales** a los que tengas suscritos a tu canal, así no se perderán ninguna actualización tuya y podrán compartirlo en sus redes favoritas.

DOMINGO

MIDE TU TRABAJO CON ANALYTICS DE YOUTUBE

Las nuevas estadísticas de Youtube han evolucionado mucho y ahora “Youtube Analytics” te ofrece un gran abanico de Informes de los que puedes sacar mucha información.

También sabes que existe el breve informe al que puedes acceder en todos los video situado aquí (Ver foto12) y que si no quieres que sea visible para tu competencia puedes esconder en ajustes de tu canal.

Para ir a ellas, ingresa en tu canal y en la pestaña superior pincha el triangulo al lado de subir video y se mostrará la posibilidad de ir a “Youtube Analytics”

Una vez allí te mostrara las diferentes estadísticas o de tu canal o de un video en concreto que quieras ver como funciona. Las estadísticas pueden ser segmentadas por video, por días, o en la totalidad del canal.

Los principales puntos a ver en tus estadísticas son estos:

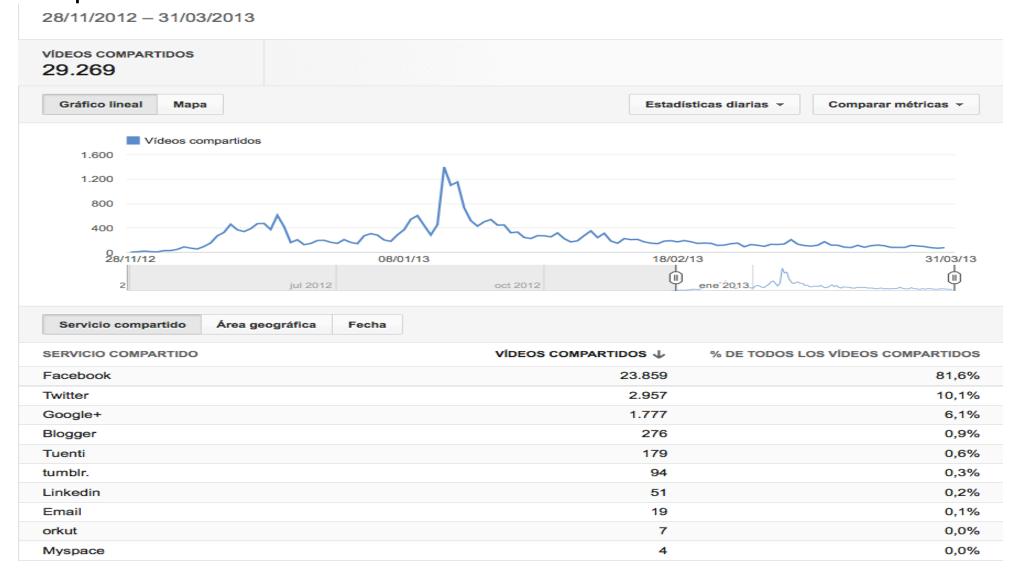
INFORME DE REPRODUCCIONES

- Datos demográficos : Muy importantes para saber si esta llegando a las zonas que más te interesan, es decir si tus productos o servicios son presenciales, tu interés se ha de centrar en las personas de tu zona.
- Ubicaciones de reproducción : Muy importante para saber en que webs ha sido insertado tu video para en primer lugar agradecerlo y en segundo lugar entrar en los comentarios de ese blog para hacer comunidad y poder arrastrarlos a tus webs.
- Fuentes de tráfico : Para saber desde donde esta llegando el volumen de visitas. Aquí desde la incursión del famoso "Not provided" de Google (Quiere decir que si estas logueado con tu cuenta de Google y realizas una búsqueda, Google no te va a dar esa información y aparecerá como "fuente desconocida") se hace cada vez más difícil su identificación. Pero es una buena fuente de información de las palabras por la que es encontrado nuestro video, incluye las 5 primeras en las etiquetas del video para mejorar el posicionamiento de este. Haz click en "Google" y "Youtube" para que te las muestre.
- Retención de la audiencia : Te muestra una gráfica de toda la duración del video y de cómo estas visitas abandonan el visionado del video. La retención relativa te sirve para sabe si estas por encima de la media.



INTERACCIÓN CON LA AUDIENCIA.

- Suscriptores : Si interesante es el dato de los suscriptores ganados, aún más lo es el de los perdidos para saber en un momento dado si algo no lleva el camino correcto.
- Me gusta y no me gusta : Al igual que en el punto anterior hay que estar muy atentos a los “No me gusta” y ver si el porcentaje por meses es superior al de los anteriores para atacar el problema.
- Compartir: En esta pestaña podemos ver a través de que RRSS ha sido compartido. En este ejemplo podemos ver la abrumadora victoria de Facebook con respecto a las demás.



SERVICIO COMPARTIDO	VÍDEOS COMPARTIDOS	% DE TODOS LOS VÍDEOS COMPARTIDOS
Facebook	23.859	81,6%
Twitter	2.957	10,1%
Google+	1.777	6,1%
Blogger	276	0,9%
Tuenti	179	0,6%
tumblr.	94	0,3%
Linkedin	51	0,2%
Email	19	0,1%
orkut	7	0,0%
Myspace	4	0,0%

- Anotaciones: Parte importante en la estrategia de nuestro canal y que aquí te permite ver la tasa de clics en cada uno de ellos para saber si están en un buen sitio o los tenemos que modificar.

CONCLUSIÓN

Esto es básicamente lo que considero necesario conocer para una primera toma de contacto con esta herramienta que siendo un poco objetivo considero con un margen de mejora muy amplio en la usabilidad de ella debido a que el feedback que acabas recibiendo cuando hablas de Youtube siempre se dirige a lo mismo.

Como te comentaba al principio para mi es muy importante conocer tu opinión con respecto al ebook y poder conocerte un poco más por lo que si te apetece compartirlo conmigo puedes hacerlo en info@javiermanzaneque.com.

Y en caso que tengas cualquier duda también puedes hacerlas llegar hasta allí.

¿DÓNDE PUEDES ENCONTRARME?

Youtube(evidentemente):
http://www.youtube.com/user/jmanzanequecrespo

Facebook (Por que hay que estar si o si)
https://www.facebook.com/elblogdejaviermanzaneque

Twitter (El rey de la Promoción)
https://twitter.com/Javi_Manzaneque

Google+ (El futuro)
https://plus.google.com/u/0/115970484606375511107/posts

Y puedes suscribirte al RSS del blog para tu lector (Netvibes, Feedly, etc..)
http://feeds.feedburner.com/ElBlogDeJavierManzaneque

Suscribirte al Blog de Marca personal en Video.
http://eepurl.com/u6gtf